



Comunicación y Sociedad

ISSN: 0188-252X

comysoc@yahoo.com.mx

Universidad de Guadalajara

México

Lozano Rendón, José Carlos
Reseña de "Persuasión narrativa" de Juan José Igartua Perosanz
Comunicación y Sociedad, núm. 10, julio-diciembre, 2008, pp. 249-251
Universidad de Guadalajara
Zapopan, México

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=34601010>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

El impacto persuasivo del cine en México y España desde las teorías de los efectos y el experimento en laboratorio

JOSÉ CARLOS LOZANO RENDÓN¹

En los países iberoamericanos, tan centrados en los estudios culturales y la economía política así como en los métodos cualitativos, resulta raro encontrar un trabajo académico que se base en los enfoques psicologistas de los efectos y que utilice el método experimental.

El libro *Persuasión narrativa* de Juan José Igartua Perosanz, profesor titular de comunicación audiovisual y publicidad en la Universidad de Salamanca, España, es por ello uno de los muy escasos testimonios de la aplicación de estas perspectivas conceptuales y metodológicas en la región.

Escrito con un lenguaje ameno, aunque con cierta complejidad técnica en muchos pasajes por su manejo de información estadística sofisticada, la obra aborda el impacto de la ficción televisiva y cinematográfica en las persuasiones incidentales de las audiencias que contribuyen a formar sus imágenes del mundo y de la realidad social, al identificarse o vincularse afectivamente con los personajes. “Sin identificación no hay

Igartua Perosanz, Juan José.

Persuasión narrativa.

San Vicente, Alicante,

España: Editorial

Club Universitario.

2007, 277 pp.

¹ Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, campus Monterrey.

Correo electrónico: jclozano@itesm.mx

disfrute...entretenerse es implicarse afectivamente con un mensaje” (p. 14) , aclara Igartua, y por ello propone considerar a la “vía afectiva” como una nueva avenida para la investigación sobre los efectos del entretenimiento mediático.

El libro está dividido en seis capítulos. Los tres que lo abren pretenden desarrollar un modelo teórico que permita estudiar y evaluar los efectos persuasivos de la ficción audiovisual en las audiencias. El primero revisa y discute la literatura (mayormente anglosajona) sobre los procesos y efectos del entretenimiento mediático desde una perspectiva psicologista, centrándose en el individuo y distanciándose explícitamente de los enfoques culturalistas. Así, se apoya en autores como Bryant y Zillmann, así como en Vorderer, Mcleod, Perse y otros. Destaca en este capítulo la descripción y análisis de las categorías teóricas relativas a cómo se produce en las audiencias el efecto de identificación con los personajes: a) empatía emocional; b) empatía cognitiva; c) convertirse en el personaje y d) la atracción hacia los personajes. El segundo revisa trabajos empíricos concretos, tanto estadounidenses como españoles, sobre el efecto acumulativo e incidental de la ficción mediática, principalmente del análisis del cultivo y otros enfoques de efectos que usan el método experimental para detectar el impacto de diversos largometrajes en las cogniciones, actitudes y comportamientos. En el tercer capítulo, el investigador español discute dos de las teorías más relevantes en el estudio de la persuasión, que explican el impacto en actitudes y creencias a través de la ficción: el modelo heurístico-sistemático y el modelo de probabilidad de elaboración. Además, revisa la teoría del transporte narrativo y otros modelos.

Ya con esa revisión exhaustiva de la literatura, Igartua pasa a los tres últimos capítulos (segunda parte del libro), en la que reporta los hallazgos de una investigación experimental realizada con alumnos de licenciatura de la Universidad de Salamanca en España y del Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey, en México, sobre la película *Un día sin mexicanos* de Sergio Arau, escogida por su tema sobre la inmigración. Como objetivos del estudio, Igartua se planteó conocer si había disfrutes diferenciados entre los jóvenes de ambos países dadas sus diferencias socioculturales, qué papel jugaba la identificación con los personajes y la elaboración cognitiva como variables mediadoras

del impacto persuasivo incidental. En cada universidad, los alumnos se dividieron en dos grupos, el experimental y el de control. Los primeros vieron la película, los segundos no. Luego se les encuestó sobre sus actitudes y creencias en cuanto a la inmigración. Los estudios demostraron que los grupos experimentales mostraron actitudes más favorables hacia la inmigración (como lo promueve el filme) que los de control de ambos países. Comparando a los alumnos mexicanos con los españoles que sí vieron la película, los resultados mostraron que en los primeros había sido más fuerte la influencia persuasiva que en los segundos, debido a la proximidad cultural con el tema. El último capítulo, dedicado a las conclusiones, regresa a la discusión general sobre la influencia persuasiva de la ficción en actitudes y creencias, y retoma los diferentes y complejos resultados de la comparación México-España para hablar de las implicaciones generales del tema.

Al margen de las diferencias epistemológicas y conceptuales que puedan tener los académicos iberoamericanos de la comunicación con el enfoque psicologista y la metodología cuasi experimental empleada por Igartua, es mi opinión que se beneficiarían ampliamente de su lectura. En Estados Unidos y Europa los investigadores de la comunicación participan en un campo académico plural y diverso, donde coexisten y se enfrentan múltiples perspectivas positivistas, interpretacionistas y críticas que enriquecen el debate y generan mayor exigencia en los planteamientos y posturas. En América Latina, el predominio casi absoluto de los estudios culturales pareciera contribuir a un empobrecimiento de la calidad del debate académico y a menores preocupaciones sobre la fundamentación metodológica y la complejidad teórica ante la ausencia de paradigmas alternativos. Con frecuencia, los culturalistas latinoamericanos simplifican y distorsionan los enfoques sobre los efectos cuando los mencionan y los rechazan, dada su poca familiaridad con el debate contemporáneo y las aportaciones de los mismos. El trabajo de Igartua, basado en un serio trabajo de campo en dos países iberoamericanos y con una revisión teórica actualizada y profunda de ese paradigma tan poco explorado en la región, permite subsanar esa carencia de referentes y enriquecer la investigación de la comunicación, incorporando otras perspectivas y técnicas.